

IGREJA E COMUNICAÇÃO: A EVOLUÇÃO DO PENSAMENTO DA IGREJA SOBRE A COMUNICAÇÃO E SEUS DESDOBRAMENTOS

CHURCH AND COMMUNICATION: THE EVOLUTION OF THE CHURCH'S THINKING ON COMMUNICATION AND ITS UNFOLDING

*Tiago Cosmo da Silva Dias*¹

Resumo: Este artigo pretende expor a evolução do pensamento da Igreja acerca da comunicação, com destaque também a como essa compreensão afetou, diretamente, o exercício da evangelização. De fato, o reconhecimento de que a comunicação era um campo específico veio somente em 1990, durante o pontificado do papa João Paulo II, e numa encíclica dedicada à atividade missionária da Igreja. Desde então, a Igreja aprendeu que comunicação não se resume apenas aos meios, mas é um verdadeiro areópago, com características que lhe são próprias e, para o qual, precisa se atentar e, certamente, acompanhar.

Palavras-Chave: Igreja. Comunicação. Evangelização.

Abstract: This article intends to expose the evolution of the Church's thinking about communication, also highlighting how this understanding directly affected the exercise of evangelization. In fact, the recognition that communication was a specific field came only in 1990, during the pontificate of Pope John Paul II, and in an encyclical dedicated to the missionary activity of the Church. Since then, the Church has learned that communication is not just about the means, but is a true areopago, with characteristics that are her own and, for which, she needs to pay close and certainly accompany.

Keywords: Church. Communication. Evangelization.

Introdução

Um canto antigo da Igreja, que se entoa especialmente no mês dedicado à Bíblia, diz que “toda a Bíblia é comunicação”. Na sua simplicidade, a canção expressa a essência de Deus. A comunidade joanina entendeu-a como o amor (cf. 1Jo 4,7), mas só existe amor onde há desejo de partilha, de doação, de entrega e de comunicação. A comunicação perfeita do Pai é Jesus Cristo. Nele e com Ele, a Revelação foi completada. A Igreja permanece, neste intervalo entre a subida de Jesus ao céu e a sua segunda vinda, como continuadora da missão Dele no serviço, na liturgia e no anúncio.

Da necessidade desse anúncio, que só se pode fazer com diálogo, nasce o imperativo de a Igreja debruçar-se sobre a comunicação em suas mais diferentes esferas,

¹ Mestrando em Teologia no Programa de Estudos de Pós-Graduação em Teologia da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Pertence ao Grupo de Pesquisa Religião e Política no Brasil Contemporâneo pela PUC-SP. E-mail: pe.tiagocosmo@gmail.com

mesmo porque, “deve-se entender a sociedade atual a partir dos processos de comunicação centrados na pessoa e nas relações entre ela, a sociedade e o mundo” (DCIB 16)².

A Igreja, porém, voltou-se à comunicação somente no Concílio Ecumênico Vaticano II (1962-1965), durante o qual expressou seu desejo de olhar para a realidade a sua volta com mais otimismo, reconhecendo a necessidade de nela mergulhar, com seus valores e desafios.

1. O Concílio Ecumênico Vaticano II

Era o dia 25 de janeiro de 1959 quando o papa João XXIII (1958-1963) anunciou um plano preciso e audacioso: um sínodo romano, um Concílio Ecumênico e a atualização do Código de Direito Canônico. O fato fora uma surpresa, porque alguns cardeais o teriam elegido como um papa de transição (MARTINA, 2005, p. 278).

A decisão de João XXIII, porém, foi tomada de modo pessoal, na lúcida visão, como bom historiador eclesiástico, da especial situação histórica que atravessavam a Igreja e o mundo. O intuito era o *aggiornamento* – atualização - da Igreja em relação ao mundo contemporâneo, a quem, de um modo geral, a cúpula eclesiástica sempre vira com bastante receio.

1.1. O decreto Inter Mirifica e suas contribuições

Na primeira consulta, feita pelo papa João XXIII sobre os assuntos que poderiam entrar no Concílio, os meios de comunicação social sequer foram citados. Até à primavera de 1960, das 9.348 propostas chegadas à Roma de todo o mundo, apenas 18 se referiam aos meios de comunicação social (DARIVA, 2003, p. 67).

Antes da primeira sessão, o Secretariado Preparatório para a Imprensa e Espectáculos, originariamente criado para atender a jornalistas, preparou um esboço do que seria o *Inter Mirifica*, com o objetivo de explicitar quanto e como o tema da comunicação se posicionava naquele período histórico da Igreja e qual era sua compreensão sobre o assunto (PUNTEL, 2012, p. 11).

² Para os documentos oficiais da Igreja, são mencionados os números dos parágrafos dos documentos, e não as páginas, com as siglas iniciais dos títulos. Para saber a quem texto se refere, ver as referências, ao final do artigo.

O esboço fora aprovado pela Comissão Preparatória Central do Concílio e já debatido em novembro de 1962, na primeira sessão, quando o esquema foi aprovado, apesar do texto ter sido considerado extenso. De fato, de 114 artigos o texto foi reduzido para 24, e submetido novamente à assembleia em novembro de 1963. A apuração registrou 1598 *placet* (aprovado) contra 503 *non placet* (não aprovado). Apesar de parecer uma diferença vasta, o *Inter Mirifica*, aprovado em 4 de dezembro de 1963, foi o documento que mais obteve votos contrários (PUNTEL, 2012, p. 12): na votação regulamentar solene que precedia a promulgação do papa, dentre 2.124 votantes, 1.960 foram favoráveis e 164 contrários.

O Decreto, intitulado *Inter Mirifica*, foi aprovado com 24 artigos. O proêmio já apresenta características singulares: primeiro, por ser um divisor de águas, no que diz respeito à aceitação oficial, por parte da Igreja, dos meios de comunicação social; depois, porque ao falar em “comunicação social”, a Igreja assumiu uma postura mais otimista da comunicação diante das questões sociais, visto que “a comunicação não pode reduzir-se a simples instrumentos técnicos de transmissão, mas deve ser considerada como um processo de relacionalidade entre os homens” (PUNTEL, 2012, p. 48).

O que pode se constituir como um marco é o fato de a Igreja reconhecer que os “instrumentos” de comunicação contribuem para a união dos indivíduos e, sobretudo, para propagar e difundir o Reino de Deus, que é a missão da Igreja, como o definirá, mais adiante, o próprio Concílio (cf. LG 5).

O capítulo I explicita o direito natural que a Igreja tem de usar os meios e de ensinar sua correta utilização. Para Puntel (2012, p. 59), a maior contribuição do *Inter Mirifica* foi a afirmação sobre o “direito de informação”, quando diz que “existe na sociedade humana o direito à informação sobre aquelas coisas que, segundo as condições de cada qual, convêm às pessoas, quer individualmente quer reunidas em sociedade” (IM 5). Este trecho, segundo a autora, “demonstra que o direito à informação foi visto pela Igreja não como um objeto de interesses comerciais, mas como um bem social” (PUNTEL, 2012, p. 59).

Outra novidade também é exposta no artigo 8, sobre a opinião pública. De fato, ao reconhecer que os meios de comunicação influenciam seus “receptores”, o documento recomenda aos católicos que, utilizando estes mesmos meios, desenvolvam-se à formação e manifestação de uma reta opinião pública (PUNTEL, 2012, p. 60).

A formação pessoal do receptor, mencionada no artigo 9, também foi um aspecto importante, visto que, até então, a ideia era de uma cega obediência aos juízos feitos pela

Igreja. Agora, era a própria Igreja quem destacava a importância de cada fiel julgar a veracidade da informação recebida (IM 16). Para Puntel (2012, p. 84), essa recomendação abriu caminhos para que os documentos posteriores incentivassem a necessidade da formação para a comunicação, ultrapassando o reducionismo do uso dos meios.

Tal referência do magistério eclesial é sinal de uma “mudança” na compreensão da relação entre Igreja e mídia: não mais desconfiança, nem simples lógica instrumental. A Igreja forma o modo de comunicar de forma inculturada “na” e “pela” “cultura midiática”. É uma expressão que carrega um novo conceito seja para o esforço e o estímulo em usar os *mídia*, como a disponibilizar cursos de formação para aprender a usar os *new media*. Trata-se, porém, de algo mais, um ir além: depois do período do “uso” (e do desprezo e rejeição por parte de alguns), chegou o momento de adquirir mais profundamente a cultura e a linguagem da mídia (PUNTEL, 2012, p. 73).

As principais exigências morais, quanto ao bom uso dos meios de comunicação social, foram colocadas sobre os “jornalistas, escritores, autores, produtores, realizadores, exibidores, distribuidores, diretores e vendedores, críticos e todos quantos intervêm na realização e difusão das comunicações” (IM 11), já que podem induzir a humanidade ao bem ou ao mal. No entanto, para Puntel (2012, p. 63), o texto deixa a desejar quando atribui a todas essas categorias igual responsabilidade no processo comunicativo, demonstrando um forte reducionismo e o não entendimento sobre a comunicação por parte dos padres conciliares.

O capítulo II do decreto sintetiza os aspectos pastorais da Igreja em relação aos instrumentos de comunicação. A novidade é que todos são convidados a utilizá-los a seu favor no trabalho pastoral e, partindo dessa orientação, são expostas diretrizes gerais referentes à educação católica, à imprensa e à criação de secretariados diocesanos, nacionais e internacionais, de comunicação social ligados à Igreja (PUNTEL, 2010, p. 45).

Visando entender as profundas transformações da sociedade e avanços tecnológicos, a Igreja também sentiu a necessidade de compreender a evolução da própria. Por isso, o *Inter Mirifica* propôs a criação de um *Dia Mundial das Comunicações* para a instrução do povo no que diz respeito à reflexão, discussão, oração e deveres em relação às questões da comunicação (IM 18). Foi nesse sentido que, em 1964, o papa Paulo VI criou a Pontifícia Comissão para as Comunicações Sociais, com o objetivo de coordenar e estimular a realização das propostas dos Padres Conciliares que, em 1966,

com a aprovação do bispo de Roma, criou o *Dia Mundial das Comunicações Sociais*, celebrado pela primeira vez no dia 7 de maio de 1967.

Segundo Puntel (2010, p. 45), os comentaristas do *Inter Mirifica* concordam com o fato que, se o documento tivesse sido discutido mais para o fim do Concílio, depois das sessões consagradas às discussões sobre a Igreja no mundo moderno e à liberdade religiosa, o texto seria mais enriquecido. Como o desencadear dos fatos não o permitiu, o Decreto acabou por olhar mais para o passado do que para o futuro.

2. A Carta Encíclica *Ecclesiam Suam*, do Papa Paulo VI

Com o Concílio ainda em andamento, o papa Paulo VI (1963-1978) apresentou a primeira encíclica de seu pontificado, intitulada *Ecclesiam Suam*, buscando mostrar por quais caminhos a Igreja deveria realizar o seu mandato. Segundo o papa, a Igreja precisava aprofundar a consciência de si mesma e meditar sobre o seu mistério, para então partir a uma certa renovação, com o intuito de tender a uma maior perfeição (ES 3-4).

De maior importância foi o último questionamento colocado pelo papa, ainda nas primeiras linhas: “Quais as relações que a Igreja deve hoje estabelecer com o mundo que a circunda e em que vive e trabalha?” (ES 5). Essa foi a questão norteadora do III capítulo da Carta Encíclica, intitulado *O Diálogo*.

No início do capítulo, baseado no texto do apóstolo Paulo (cf. Rm 12,2), o papa esclarece a distinção que se faz entre a Igreja e o mundo, deixando claro que “distinção não é separação. Nem é indiferença, temor ou desprezo. Quando a Igreja afirma a sua distinção da humanidade, não se opõe, aproxima-se dela” (ES 36). Essa ideia acentua aquela necessidade de que a Igreja aprenda a dialogar com o mundo no qual está inserida.

A Igreja tem consciência do que o Senhor quer que ela seja, sente vocação de plenitude única e necessidade de comunicação, adverte claramente uma missão que a transcende e um anúncio que deve espalhar. É o dever da evangelização, é o mandato missionário, é o dever do apostolado. Não lhe basta uma atitude de conservantismo. É certo que o tesouro de verdade e de graça, que nos veio em herança da tradição cristã, o devemos guardar e o devemos até defender. Mas nem a guarda nem a defesa são os únicos deveres da Igreja quanto aos dons que possui. Dever seu, inerente ao patrimônio recebido de Cristo, é também a difusão, a oferta, o anúncio. [...] A este interior impulso da caridade, que tende a fazer-se dom exterior, daremos o nome, hoje comum, de diálogo (ES 37).

Essas palavras deixam explícita a necessidade de que todo batizado se empenhe na árdua tarefa da evangelização, que nada mais é do que *comunicação*; comunicação que envolve, atrai e provoca o encontro com uma Pessoa, gerando *diálogo*. Por isso, insiste o papa: “A Igreja deve entrar em diálogo com o mundo em que vive. A Igreja faz-se palavra, faz-se mensagem, faz-se colóquio” (ES 38).

Para fundamentar a necessidade desse diálogo, Paulo VI recorreu ao conceito de Revelação, no qual Deus toma a iniciativa de renovar a relação sobrenatural com o homem, outrora perdida no pecado original. Esse conceito que, para o papa, deve ser encarado como um diálogo, no qual o Verbo de Deus se exprime na Encarnação e depois no Evangelho, contém características importantes que devem ser levados em consideração no diálogo da Igreja com o mundo. Em primeiro lugar, o diálogo da salvação foi aberto espontaneamente por iniciativa divina e, portanto, partiu da caridade e da bondade de Deus; segundo, não se deteve nem aos méritos dos interlocutores e nem aos resultados que poderia ou não conseguir; terceiro, não obrigou ninguém a responder; quarto, ficou ao alcance de todos, sem discriminação; e, por último, conheceu graus, progressos sucessivos antes do resultado pleno (ES 42-44).

O colóquio, portanto, é “modo de exercer a missão apostólica, arte de comunicação espiritual” (ES 47) e, por isso, deve ter clareza, mansidão, confiança e ser feito com prudência, levando em consideração “a adaptabilidade da missão da Igreja à vida dos homens num dado momento, num dado lugar, numa dada cultura e numa dada situação social” (ES 49). Essas palavras do papa explicitam a necessidade da *inculturação*, ou seja, do anúncio respeitar a realidade local.

Não é de fora que salvamos o mundo; assim como o Verbo de Deus se fez homem, assim é necessário que nós nos identifiquemos, até certo ponto, com as formas de vida daqueles a quem desejamos levar a mensagem de Cristo; é preciso tomarmos, sem distância de privilégios ou diafragmas de linguagem incompreensível, os hábitos comuns, contanto que estes sejam humanos e honestos, sobretudo os hábitos dos mais pequenos, se queremos ser ouvidos e compreendidos (ES 49).

Nesse sentido, o papa insiste que, diante da Igreja, ninguém é estranho ou indiferente ao seu ministério, o que significa que a Igreja deve estar pronta para manter contato com todos os homens de boa vontade, dentro e fora do seu âmbito próprio.

Em linhas gerais, a *Ecclesiam Suam* marca aquela necessidade da Igreja se abrir ao diálogo com o mundo contemporâneo, e não apenas com o olhar reducionista e

condenatório, mas reconhecendo suas virtudes e, sobretudo, as “*semina Verbi*”, por meio dos quais o diálogo pode ser eficaz e produtivo.

3. A Instrução Pastoral *Communio et Progressio*

A Instrução Pastoral *Communio et Progressio* foi promulgada durante o pontificado de Paulo VI, no dia 23 de maio de 1971, pelo Pontifício Conselho para as Comunicações e, para Puntel (2010, p. 46), representa o mais avançado documento da Igreja referente às comunicações, especialmente pelo seu tom e pelo desenvolvimento dos caminhos segundo os quais a ação pastoral deve utilizar os meios de comunicação: o aspecto moralizador e dogmático desaparece e a esperança e o otimismo são dominantes.

A Instrução é dividida em três grandes partes. A primeira, “Os meios de comunicação na perspectiva cristã: elementos doutrinários”, explora elementos da doutrina que não apareceram no *Inter Mirifica*, apresentando Cristo como o perfeito Comunicador:

Pela “Encarnação” fez-se semelhante àqueles que haviam de receber a sua mensagem; mensagem que comunicava com a palavra e com a vida. Não falava como que “de fora”, mas “de dentro”, a partir do seu povo; anunciava-lhe a palavra de Deus, toda a palavra de Deus, com coragem e sem compromissos; e no entanto adaptava-se à sua linguagem e mentalidade, encarnado como estava, na situação a partir do qual falava. Mas comunicar não é apenas exprimir ideias ou manifestar sentimentos; no seu mais profundo significado, é doação de si mesmo, por amor; ora, a comunicação de Cristo, é Espírito de Vida. [...] Na Igreja, enfim, Corpo Místico e plenitude escondida de Cristo glorificado, o mesmo Cristo tudo abraça e tudo consuma (CeP 11).

Por meio desta fundamentação teológica, a Igreja pretendeu mostrar que de Cristo oriunda a sua missão própria de comunicar (= evangelizar). Em outras palavras, nesta primeira parte a Instrução elabora os temas teológicos para justificar o direito e o dever de a Igreja utilizar-se dos meios de comunicação, partindo do princípio fundamental que estes meios têm como finalidade estreitar os laços de união entre todos (CeP 6).

A segunda parte da Instrução, chamada “Os meios de comunicação social na sociedade humana”, está dividida em dois capítulos: “Ação dos meios de comunicação na sociedade humana”; e “Condições ideais para a sua ação”. Esta parte procura, de acordo com a finalidade proposta na parte doutrinal, indicar melhores condições para o bom uso dos meios de comunicação que, na Instrução, aparecem como “fatores de proximidade e de comunhão” (CeP 20). Nesse sentido, a opinião pública tem um papel

primordial: “Os meios de comunicação são uma espécie de praça pública, onde se trocam impressões espontaneamente” (CeP 24). O documento segue realçando o direito à informação e o direito de informar, lembrando do quanto os meios são fundamentais para a educação, a cultura e o tempo livre (CeP 39-53).

A Instrução afirma que, para que os meios de comunicação possam cumprir seu papel, é preciso ter em conta o fator humano, o que extrapola os meros instrumentos mecânicos e eletrônicos. Para isso, destaca a necessidade da formação daqueles que recebem a comunicação e dos comunicadores e, no caso destes últimos, deixa-se claro que a mera competência profissional não basta (CeP 65-72).

A terceira parte da Instrução, “Empenho dos católicos no campo dos meios de comunicação”, preocupa-se com o papel dos meios de comunicação na vida dos católicos, e trata da contribuição destes para a comunicação, reconhecendo que não haverá êxito se não existir formação suficiente e permanente. A Instrução pede que o tema da comunicação apareça no quadro da formação de sacerdotes e religiosos, “sem a qual não é possível exercer um apostolado eficaz na sociedade de hoje, caracterizada, como está, pelos meios de comunicação” (CeP 111).

Ainda nesta seção, aparecem outros temas, tais como a opinião pública e o diálogo no seio da própria Igreja, já que, “como corpo vivo, necessita duma opinião pública para alimentar o diálogo entre os seus membros, condição do progresso no seu pensamento e ação” (CeP 115).

De acordo com a Instrução,

Os meios de comunicação social, portanto, prestam um tríplice serviço à Igreja: possibilitam a sua manifestação ao Mundo; promovem, no seio da mesma Igreja, o diálogo; finalmente põem-na a corrente da mentalidade dos homens de hoje, aos quais ela deve anunciar o Evangelho, mas usando uma linguagem compreensível ao mundo e partindo da problemática que agita o gênero humano (CeP 125).

Por isso, a Instrução reconhece que os meios de comunicação “revelam-se indispensáveis para a propagação do Evangelho, esclarecimento das consciências e promoção das obras sociais” (CeP 163).

Segundo Puntel (2010, p. 49), embora a Instrução represente um avanço, não deixa de conter ambiguidades. Ainda assim, extrapola o *Inter Mirifica*, colocando-se em outra posição, visto que a mídia é encarada como uma força benéfica, e não mais como um mal a ser evitado.

Além disso, para Puntel (2010, p. 49), embora tenham sido necessários sete anos para a preparação do documento, o período não foi suficiente para que a Igreja descobrisse relação que há entre comunicação social e política; ou seja, o documento trata da comunicação sem se referir à sua dimensão política e econômica.

4. A exortação apostólica *Evangelii Nuntiandi*, do Papa Paulo VI

Em 1974, ocorreu a III Assembleia Geral do Sínodo dos Bispos, dedicada à evangelização. As perguntas que norteavam as discussões eram as mais elementares possíveis – embora as respostas fossem de grande complexidade: o que é evangelizar e como fazê-lo na sociedade contemporânea. Como fruto da III Assembleia Geral do Sínodo dos Bispos, nasceu a Exortação Apostólica *Evangelii Nuntiandi*, promulgada pelo papa Paulo VI em 8 de dezembro de 1975.

À época, a Igreja examinou-se a si mesma e passou a refletir sobre elementos fundamentais de sua própria identidade e de sua razão de ser, que é a evangelização, lembrando que “a apresentação da mensagem evangélica não uma contribuição facultativa: é um dever que lhe incumbe, por mandato do Senhor Jesus, a fim de que os homens possam acreditar e ser salvos” (EM 5). Isso significa que evangelizar se constitui como a mais profunda identidade da Igreja; é a razão do seu existir (EN14), mesmo porque, a Igreja nasce da ação evangelizadora de Jesus e dos Doze; é enviada por Ele até que Ele venha, começando, pois, por evangelizar a si mesma. Por ter sua raiz Nele, é depositária da Boa Nova e envia, ela própria, evangelizadores. Logo, “há uma ligação profunda entre Cristo, a Igreja e a evangelização. Durante este ‘tempo da Igreja’ é ela que tem a tarefa de evangelizar. E essa tarefa não se realiza sem ela e, menos ainda, contra ela” (EN 16).

Partindo desses fundamentos, “pode-se assim definir a evangelização em termos de anúncio de Cristo àqueles que o desconhecem, de pregação, de catequese, de batismo e de outros sacramentos que não de ser conferidos” (EN 17). Evangelizar, portanto, consiste em “transformar as pessoas por dentro e tornar nova a própria humanidade” (EN 18), já que a finalidade da evangelização é justamente provocar a *metanoia*, ou seja, a mudança interior.

Mais uma vez, a necessidade de dialogar com a cultura aparece, quando Paulo VI ressalta que a grande crise da época era justamente a de desvincular Evangelho e cultura. Por isso, era preciso que as culturas fossem regeneradas pelo impacto da Boa Nova, que,

por sua vez, precisava ser proclamada (EN 20). Mais adiante, inclusive, ao falar das igrejas particulares, Paulo VI chegou a afirmar que a evangelização perderia sua força e eficácia se não levasse em conta o povo a quem se dirige, seus sinais e símbolos. O papa, porém, não deixa de ressaltar o quanto essa “adaptação” poderia ser perigosa “se fosse despojada ou fosse deturpada quanto ao seu conteúdo, sob o pretexto de a traduzir melhor” (EN 63).

Se, à época do Concílio, um dos termos-chaves, além do *aggiornamento* era o *ressourcement* – “volta às fontes” –, Paulo VI destacou a importância do querigma, imbuído daquele espírito conciliar que destacou a importância de uma “hierarquia de verdades” nas afirmações da fé:

A evangelização há de conter sempre – ao mesmo tempo como base, centro e ápice do seu dinamismo – uma proclamação clara que, em Jesus Cristo, Filho de Deus feito homem, morto e ressuscitado, a salvação é oferecida a todos os homens, como dom da graça e da misericórdia do mesmo Deus. [...] salvação transcendente e escatológica, que já tem certamente o seu começo nesta vida, mas que terá realização completa na eternidade (EN 27).

Para a evangelização ter êxito, o papa elenca as principais vias pelos quais ela deve ocorrer, destacando que compete, antes de mais nada, aos pastores da Igreja abrir caminhos e rever os processos para que a transmissão das verdades de fé seja eficaz. Realça, porém, a importância do testemunho da vida, seguido de uma pregação viva, da liturgia da Palavra, da catequese, do contato pessoal, dos sacramentos, da religiosidade popular e, em meio a tudo isso, da utilização dos “mass media” (EN 41-48).

A *Evangelii Nuntiandi* marcou a história da Igreja porque, além de retomar aspectos daquilo que é da essência da própria Igreja, a evangelização, também mostrou grande preocupação em *como* realizá-la, numa época em que os meios de comunicação se difundiam com facilidade e se tornavam cada vez mais acessíveis.

5. A carta encíclica *Redemptoris Missio*, do Papa João Paulo II

Passados 25 anos da conclusão do Concílio Ecumênico Vaticano II e da publicação do Decreto *Ad gentes*, sobre a atividade missionária, o então papa João Paulo II quis convidar a Igreja a um “renovado empenho missionário” (RM 2). Por isso, no dia 7 de dezembro de 1990, entregou à Igreja a carta encíclica *Redemptoris Missio*, sobre a validade permanente do mandato missionário, com o objetivo de renovar a fé e a vida

cristã, porque “a missão renova a Igreja, revigora sua fé e identidade, dá-lhe novo entusiasmo e novas motivações” (RM 2).

Esse documento, embora interesse aos estudos no campo da missiologia, figura como de suma importância, porque será nele que se encontrará certa “revolução” no pensamento da Igreja. Puntel (2010, p. 52) ressalta que, pela primeira vez, a Igreja reflete sobre a comunicação não mais de forma restrita, como “meios” ou “instrumentos”, mas reconhece que há um contexto no qual se está imersa e se participa; é aquilo que se chama de cultura midiática.

Assim, ao falar dos novos cenários que necessitam do trabalho missionário da Igreja, João Paulo II colocou, em primeiro lugar, o mundo da comunicação, insistindo naquele novo contexto como uma “nova cultura”:

O primeiro arcótipo dos tempos modernos é o *mundo das comunicações*, que está a unificar a humanidade, transformando-a – como se costuma dizer – na aldeia global. Os meios de comunicação social alcançaram tamanha importância que são para muitos o principal instrumento de informação e formação, de guia e inspiração dos comportamentos individuais, familiares e sociais. Principalmente as novas gerações crescem num mundo condicionado pelos *mass-média*. *Talvez se tenha descuidado um pouco este arcótipo: deu-se preferência a outros instrumentos para o anúncio evangélico e para a formação, enquanto os mass-média foram deixados à iniciativa de particulares ou de pequenos grupos, entrando apenas secundariamente na programação pastoral.* O uso dos *mass-média*, no entanto, não tem somente a finalidade de multiplicar o anúncio do Evangelho: trata-se de um fato muito mais profundo porque *a própria evangelização da cultura moderna depende, em grande parte, da sua influência.* Não é suficiente, portanto, usá-los para difundir a mensagem cristã e o Magistério da Igreja, mas *é necessário integrar a mensagem nesta «nova cultura», criada pelas modernas comunicações.* É um problema complexo, pois esta cultura nasce, menos dos conteúdos do que do próprio facto de existirem novos modos de comunicar com novas linguagens, novas técnicas, novas atitudes psicológicas (RM 37c, *grifos nossos*).

Se, de alguma forma, já os documentos anteriores procuravam mostrar que era preciso deixar de lado certa desconfiança com relação aos meios de comunicação, agora é a própria linguagem que se transforma: não os enxergar mais como meros instrumentos a favor da evangelização – ou até contra! –, mas preocupar-se com uma nova maneira de fazer comunicação que seja inserida na cultura midiática e através dela.

Logo, de modo quase que decisivo, a Igreja reconhece que há uma *cultura midiática* e pede atenção a ela, explicitando que é nela que a evangelização deve ocorrer.

Não será mais aceitável a linguagem condenatória, e tampouco a de afastamento. Parece que, finalmente, o *aggiornamento* se aproximara.

6. A Instrução Pastoral *Aetatis Novae*

Entre 1971 e 1992, houve um silêncio quase que ensurdecedor, por parte da Igreja, com relação ao mundo da comunicação. Foram 21 anos de uma transformação excessiva, especialmente a passagem da era analógica à digital. No entanto, em 1992, no vigésimo aniversário da *Communio et Progressio*, o Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais publicou a Instrução Pastoral *Aetatis Novae*; um texto breve, se colocado ao lado do que lhe antecedeu. Puntel, no entanto, ressalta que a Instrução sintetizou aspectos fundamentais no campo da comunicação, fazendo emergir a necessidade de uma pastoral “da” ou “na” comunicação. Por isso, o texto “estimula, encoraja, apresenta princípios e perspectivas pastorais, e planos para uma eficiente pastoral da comunicação” (PUNTEL, 2010, p. 53).

O documento reconhece as profundas mudanças e revoluções tecnológicas que assolavam todos os tempos e lugares de então e, por isso, não ousou ter a pretensão de dar palavras definitivas, porque reconheceu que a situação era dinâmica e estava em evolução constantemente. No entanto, quis aplicá-los naquilo que chamou de “nova época” (AN 1).

Nesse intuito, a Instrução pedia à Igreja que aprofundasse tudo o que dissesse respeito aos meios de comunicação, mesmo porque reconhecia que

As comunicações têm a capacidade de pesar, não só nos modos de pensar, mas também nos conteúdos do pensamento. Para muitas pessoas, a realidade corresponde ao que os mass media definem como tal; o que os mass media não reconhecem explicitamente torna-se também insignificante. O silêncio pode assim ser imposto, de fato, a indivíduos ou grupos que os mass media ignoram; a voz do Evangelho pode, ela também, ser reduzida ao silêncio, sem ficar por isso completamente abafada. É importante, então, que os cristãos sejam capazes de fornecer uma informação que «cria notícias», dando a palavra aos que dela são privados (AN 4, grifos nossos).

Em um tempo, portanto, em que os meios de comunicação influenciavam diretamente na vida de todos os homens e mulheres, a Igreja mais uma vez afirmava a necessidade de comunicar a sua mensagem de modo adaptado à cada época, às culturas e

aos povos, e destacava que deveria fazê-lo “na e pela cultura dos novos *mass media*” (AN 8).

Aliás, é por isso que a segunda parte da Instrução se dedica a explicitar o papel dos *mass media* a serviço do homem e das culturas (AN 7), do diálogo com o mundo atual (AN 8), da comunidade humana e do progresso social (AN 9), da comunhão eclesial (AN 10) e de uma nova evangelização (AN 11).

Na terceira parte da Instrução, a Igreja reconhece que, ao adotar uma atitude positiva em relação aos meios de comunicação, procurando inserir-se neles para atingir o seu fim (=evangelização), era preciso também fazer uma avaliação crítica do seu impacto na cultura (AN 12). Por isso, reconhecendo que os meios de comunicação também acabam por criar obstáculos para a solidariedade e o desenvolvimento integral, ressalta a necessidade de formação dos profissionais de comunicação, para que se empenhem numa ação em defesa da liberdade e contra quaisquer formas de monopolização e de manipulação (AN 13).

As prioridades pastorais são a preocupação da quarta parte da Instrução, quando se reconhece que, apesar do crescimento dos *mass media*, também os meios de comunicação populares e tradicionais são importantes para a expressão da cultura local. A Igreja faz certa defesa das culturas humanas (AN 16-17) e reconhece o quanto a comunicação é importante para que a evangelização seja frutuosa:

O trabalho dos meios de comunicação católicos não é só uma atividade complementar que se vem juntar às outras atividades da Igreja: a comunicação social tem, com efeito, um papel a desempenhar em todos os aspectos da missão da Igreja. Não é suficiente, também, ter um plano pastoral de comunicação, mas é necessário que a comunicação faça parte integrante de todos os planos pastorais, visto que a comunicação tem, *de fato*, um contributo a dar a qualquer outro apostolado, ministério ou programa (AN 17).

Figura ainda, entre as prioridades pastorais, a necessidade de que a educação para a comunicação apareça no quadro formativo de religiosos e sacerdotes (AN 18) e, especialmente, que haja uma pastoral dos responsáveis da comunicação (AN 19), o que, por sua vez, faz o *link* para a última parte da Instrução, chamada “Necessidade de uma Planificação Pastoral”. Aqui a Instrução lança uma responsabilidade sobre os bispos (AN 20), exortando-os que deem prioridade ao campo da comunicação e, principalmente, que a enxertem em seus planos pastorais nas Dioceses, com revisões e atualizações constantes (AN 21).

Na conclusão, o documento refere-se aos meios de comunicação como dons de Deus, ressaltando a importância da presença do Espírito que, se outrora agiu nos profetas e no próprio Jesus, agora continuava a agir, ajudando a discernir e a perceber os apelos de Deus na sociedade (AN 22).

Para Puntel (2010, pp. 57-58), uma das riquezas desse documento é o anexo, fornecendo elementos para o plano pastoral e sugerindo questões para integrar os planos pastorais existentes. De fato, as “linhas orientadoras para a elaboração de planos pastorais dos meios de comunicação numa Diocese, numa Conferência Episcopal” oferecem aspectos estruturais essenciais para a elaboração de um plano pastoral das comunicações, assim como as linhas diretrizes, objetivos e prioridades realistas para o trabalho de equipe.

7. A exortação apostólica *Evangelii Gaudium*³

Em outubro de 2012, aconteceu a 13ª Assembleia Geral Ordinária do Sínodo dos Bispos, com o tema “A nova evangelização para a transmissão da fé cristã”. Como resultado e fruto da visão pastoral e latino-americana do papa Francisco, nasceu a Exortação Apostólica *Evangelii Gaudium*, na qual o bispo de Roma fazia presente a essência da Igreja, que é a evangelização, e dizia sonhar com uma opção missionária capaz de transformar tudo (EG 27). O sonho era para a Igreja de todo mundo, visto que, como ele mesmo escreveu, suas palavras continham um significado programático; e era preciso avançar porque as coisas não poderiam continuar como estavam (EG 25).

A dinâmica da evangelização, segundo o papa, envolve, pelo menos, três etapas, afora as características que o evangelizador deve ter⁴:

1. *Partir do Coração do Evangelho e respeitar a hierarquia de verdades*: todas as verdades reveladas procedem da mesma fonte divina e são acreditadas com a mesma fé, mas algumas delas são mais importantes por exprimir o coração do Evangelho. Neste núcleo, se sobressai “a beleza do amor salvífico de Deus

³ O avanço da Internet também estimulou a Igreja a entrar nesse universo. Por isso, publicou, em 2002, dois documentos sobre a cultura digital: *Igreja e Internet e Ética na Internet*, sobre os quais não nos debruçaremos, já que o intuito do capítulo é mostrar a “evolução” do pensamento da comunicação da Igreja de modo mais amplo. Vale ressaltar, porém, que esses documentos, do Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, são de suma importância, pois mostraram o desejo da Igreja de entrar no Novo Milênio buscando desenvolver um diálogo com a cultura midiática. Para mais detalhes, recomenda-se Joana T. PUNTEL, *Diálogo dos Saberes na Cultura Midiática*, pp.58-67.

⁴ Os princípios expostos a seguir frutos de uma *leitura nossa* da Exortação Apostólica.

manifestado em Jesus Cristo morto e ressuscitado” (EG 36). É deste núcleo que devem emergir as demais verdades, sem desmerecê-las em nada, mas dando-lhes uma *proporção adequada*. O Papa, inclusive, dá exemplos: “[...] se um pároco, durante o ano litúrgico, fala dez vezes sobre a temperança e apenas duas ou três vezes sobre a caridade ou sobre a justiça, gera-se uma desproporção [...]. E o mesmo acontece quando se fala mais da lei que da graça, mais da Igreja que de Jesus Cristo, mais do Papa que da Palavra de Deus” (EG 38).

2. *“Primeirear”, envolver-se, acompanhar, frutificar e festejar*: a comunidade missionária *toma a iniciativa*; experimenta que o Senhor precedeu-a no amor e, por isso, sabe *ir à frente, ir ao encontro*, procurar os afastados e chegar às encruzilhadas dos caminhos para convidar os excluídos. Ao mesmo tempo, *envolve-se* na vida diária dos outros, encurta as distâncias e se abaixa, *acompanhando* a humanidade em todos os seus processos, por mais duros e demorados que sejam. A evangelização patenteia muita paciência! Sabe, também, *frutificar*, ou seja, manter-se atenta aos frutos, porque o Senhor a quer fecunda. E, por fim, a comunidade sabe *festejar* cada pequena vitória, cada passo à frente da evangelização (EG 24).
3. *Ter ousadia e criatividade*: a pastoral em chave missionária exige o abandono do cômodo critério pastoral ‘*fez-se sempre assim*’. É preciso, sim, repensar objetivos, estruturas, estilo e métodos evangelizadores (EG 33). Nesse sentido, o Papa pede ousadia até mesmo para que se reconheça costumes que, apesar de radicados na vida do povo fiel, hoje já não são interpretados da mesma maneira, a ponto de a mensagem não ser percebida de modo adequado. “Não tenhamos medo de revê-los”, exorta. (EG 41).

No último capítulo da exortação, que o papa chama de “Evangelizadores com Espírito”, Francisco destaca ainda duas características essenciais daquele que se dispõe a evangelizar:

- *Comunhão com Jesus Cristo*: a primeira motivação para evangelizar é o amor que se recebe de Jesus; aquela experiência de ser salvo por Ele que impele a amá-Lo cada vez mais (EG 264). “O verdadeiro missionário” – escreve Francisco – ‘que

não deixa jamais de ser discípulo, sabe que Jesus caminha com ele, fala com ele, respira com ele, trabalha com ele. Sente Jesus vivo com ele, no meio da tarefa missionária [...]. Uma pessoa que não está convencida, entusiasmada, segura, enamorada, não convence ninguém” (EG 266).

- *O prazer espiritual de estar próximo da vida das pessoas*: o amor às pessoas, para o papa, é uma força espiritual que favorece o encontro em plenitude com Deus. Logo, fechar-se aos outros é, para ele, um lento suicídio (EG 272). O papa, então, propõe-se a expor uma didática própria para se lidar com o outro, na dinâmica da evangelização e do diálogo:

Para partilhar a vida com a gente e dar-nos generosamente, precisamos reconhecer também que *cada pessoa é digna de nossa dedicação. E não pelo seu aspecto físico, suas capacidades, sua linguagem, sua mentalidade ou pelas satisfações que nos pode dar, mas (I) porque é obra de Deus, criatura sua. (II) Ele criou-a à sua imagem, e reflete algo de sua glória. (III) Cada ser humano é objeto da ternura infinita do Senhor, e Ele mesmo habita na sua vida. (IV) Na cruz, Jesus deu o seu sangue precioso por essa pessoa.* Independentemente da aparência, cada um é *imensamente sagrado e merece o nosso afeto e a nossa dedicação.* Por isso, *se consigo ajudar uma só pessoa a viver melhor, isso já justifica o dom da minha vida* (EG 274, grifos nossos).

Está claro que para o papa Francisco, portanto, a evangelização passa pela comunicação não só entendida institucionalmente, mas também “testemunhalmente”, ou seja, na concretude da vida.

Considerações finais

A caminhada da Igreja demonstra que a comunicação e a evangelização estão estritamente ligadas. Se a essência da Igreja é evangelizar, é também comunicar. Apesar de uma certa demora para que a Igreja reconhecesse o quão importante é o trabalho de comunicação, especialmente no seu diálogo com a cultura na qual está inserida, houve uma evolução notória, que precisa ser reconhecida e levada em consideração se, finalmente, se quer realizar um trabalho sério.

Dialogar com a cultura não significa, porém, impor o Evangelho à força, mas, antes de tudo, demonstrar respeito e acolhida da comunidade e sua cultura, por causa de Deus e da obra que realizou no meio delas. É somente sob esse dinamismo que uma

evangelização inculturada pode chegar a descobrir as *semina Verbi*, valores presentes em todas as culturas, e também o lado sombrio, que deverá ser iluminado com o Evangelho.

É por isso que, inclusive, em muitas comunidades e paróquias tem se firmado a Pastoral da Comunicação (Pascom), visando a não ser apenas um grupo especialista em manusear os meios, mas a ser uma verdadeira ponte entre a Igreja e a realidade local.

A Igreja, sinal do Reino e imagem da Trindade, é constantemente desafiada e precisa, sem demora, dar as respostas a este mundo que necessita de Cristo. Nisto, não há dúvidas, a Pascom pode e deve ajudar, dialogando com as mais diversas culturas e ensinando-lhes aquilo que é o cerne da fé cristã, respeitando, porém, a autonomia e a realidade local.

Referências

- CNBB. *Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil (DCIB)*. 1.ed. São Paulo: Paulinas, 2014.
- COMISSÃO PONTÍFICIA DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL. *Instrução Pastoral “Communio et Progressio” (CeP)*. 4. ed. São Paulo: Paulinas, 2006.
- CONCÍLIO VATICANO II. Decreto *Inter Mirifica* (IM). In: *Vaticano II*. Mensagens. Discursos. Documentos. São Paulo: Paulinas, 2017, pp. 176-184.
- DARIVA, N. [org.]. *Comunicação Social na Igreja*. Documentos Fundamentais. São Paulo: Paulinas, 2003.
- MARTINA, Giacomio. *História da Igreja de Lutero a nossos dias*. Volume IV: A era contemporânea. São Paulo: Loyola, 1997.
- PAPA FRANCISCO. *Exortação Apostólica “Evangelii Gaudium” (EG)*. 1. ed. Brasília: Edições CNBB, 2015.
- PAPA JOÃO PAULO II. *Carta Encíclica “Redemptoris Missio” (RM)*. Disponível em: http://www.vatican.va/content/john-paul-ii/pt/encyclicals/documents/hf_jp-ii_enc_07121990_redemptoris-missio.html Acesso em: 24 abr. 2019.
- PAPA PAULO VI. *Carta Encíclica “Ecclesiam Suam” (ES)*. 4. ed. São Paulo: Paulinas, 2004.
- _____. *Exortação Apostólica “Evangelii Nutiandi” (EN)*. 22. ed. São Paulo: Paulinas, 2011.
- PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS. *Instrução Pastoral “Aetatis Novae” (AE)*. Disponível em: http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_22021992_aetatis_po.html Acesso em: 22 abr. 2019.
- PUNTEL, J. *Comunicação*. Diálogo dos Saberes na Cultura Midiática. São Paulo: Paulinas, 2010.
- _____. *Inter Mirifica*. Texto e Comentário. São Paulo: Paulinas, 2012.

Recebido em: 26/09/2020
Aprovado em: 17/11/2020